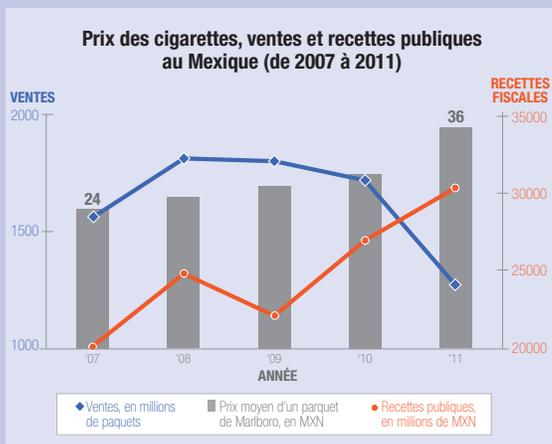


### ARTICLE 6 DE LA CCLAT

Les mesures financières et fiscales sont un moyen efficace et important de réduire la consommation de tabac... Les Parties sont... tenues d'adopter et de maintenir des politiques financières et fiscales destinées à contribuer aux objectifs de santé visant à réduire la consommation de tabac.

Au Mexique, le prix d'un paquet de 20 cigarettes a augmenté de 7 pesos entre 2009 et 2011 soit une augmentation totale de 69 % du prix de détail d'un paquet de Marlboro. Sur cette même période, les ventes des produits du tabac ont chuté de 30 % tandis que les recettes publiques ont augmenté de 38 % grâce à ces taxes.



Pour réduire la consommation de tabac, la méthode la plus efficace est d'augmenter le prix des produits du tabac par le biais d'une majoration des taxes sur ces produits. Des prix plus élevés encouragent les consommateurs de tabac à s'arrêter, dissuadent les utilisateurs potentiels de commencer et réduisent la quantité de tabac consommée par les fumeurs invétérés.

#### Références

- InterAmerican Heart Foundation Mexico. Tobacco Control: Indicators [in Spanish]. Available from: <http://www.ficmexico.org/index.php/control-tabaco/indicadores>
- International Tobacco Control Policy Evaluation Project. ITC Mexico Surveys 2006-2011.
- Lane CH, Carter MI. The role of evidence-based media advocacy in the promotion of tobacco control policies. *Salud Publica Mex* 2012;54(3):281-288.
- Waters H, Sáenz de Miera B, Ross H, Reynales Shigematsu LM. The Economics of Tobacco and Tobacco Taxation in Mexico. Paris: International Union Against Tuberculosis and Lung Disease; 2010.

### Le tabagisme

Au Mexique, près de 11 millions (16 %) d'adultes (+ de 15 ans) fument. Ce sont, en proportion, près de 25 % d'hommes et 8 % de femmes. Dans la capitale du pays, plus de 27 % des jeunes (de 13 à 15 ans) fument des cigarettes.

### La structure fiscale

Au Mexique, les produits du tabac sont soumis à une accise appelée Taxe Spéciale sur les Produits et les Services composée d'une taxe spécifique et d'une taxe ad valorem. Dans le cas des cigarettes manufacturées, le taux ad valorem est calculé sur le prix de gros. Par ailleurs, ces produits sont également soumis à la TVA.

### Le changement fiscal

En 2009, un taux ad valorem de 160 % s'appliquait aux produits du tabac. Il n'y avait aucune taxe spécifique. Le total des taxes, y compris la TVA de 15 %, s'élevait à 61,4 % du prix de détail.

En janvier 2010, le Mexique a ajouté une taxe spécifique de 80 centimes par paquet de 20 cigarettes qui devait passer à 2 pesos par paquet d'ici 2013. La TVA est, quant à elle, passée de 15 % à 16 %.

En janvier 2011, la taxe spécifique a immédiatement grimpé à 7 pesos par paquet au lieu de suivre les majorations graduelles de 2010.

Suite à la majoration de 2011, le total des taxes pour un paquet de Marlboro s'élevait à 69 % du prix de détail.

### L'opinion publique

Un sondage d'opinion mené en 2010 a révélé que 7 mexicains sur 10 soutenaient la majoration des taxes sur le tabac.

### La réaction de l'industrie

Immédiatement après la majoration des taxes de 2011, l'industrie du tabac a affirmé que les recettes publiques étaient inférieures aux prévisions à cause de l'augmentation du commerce illicite. Cependant, une analyse des ventes de cigarettes aux détaillants a démontré que l'industrie s'était constitué un stock supplémentaire à la fin de 2010 afin d'échapper à la majoration des taxes du début d'année 2011, provoquant une réduction des recettes publiques.

### L'impact de la majoration des taxes

#### Taxe et prix

Entre 2009 et 2011, la taxe spécifique est passée à 7 pesos par paquet. Le prix moyen d'un paquet de Marlboro a augmenté de 36 %, passant de 28 MXN à 38 MXN.

#### Les ventes

Les ventes de cigarettes ont chuté de presque 30 %, passant de 1,81 milliards de paquets en 2009 à 1,27 milliards de paquets 2011.

#### Les recettes publiques

Les recettes publiques provenant des taxes sur le tabac ont augmenté de 38 %, passant de 22 milliards de MXN en 2009 à 30 milliards MXN en 2011, malgré la baisse des ventes.